



La imagen de Francia, Alemania y España en los EEUU (ARI)

*Javier Noya **

Tema: ¿Cómo ha influido la postura de los gobiernos de Francia, Alemania y España respecto a Irak en la imagen que de estos países tienen los ciudadanos norteamericanos?

Resumen: Datos recientes de encuestas realizadas en los EEUU demuestran que la imagen de los países europeos se ha visto afectada por la postura de sus gobiernos en el conflicto de Irak. La valoración de Francia en los EEUU –aunque no así la de Alemania– ha empeorado tanto como lo ha hecho la de los EEUU en los países europeos. Se da pues un “efecto Irak” acompañado de un “efecto Rumsfeld” en tanto en cuanto el rechazo de la postura francesa es mucho más acusado entre los republicanos que entre los demócratas. Esta polarización ideológica es relevante para la imagen de España, que de momento todavía no se beneficia de la devaluación de la imagen de Francia. En este sentido, un cambio de escenario político en los EEUU a corto-medio plazo puede restringir las oportunidades de la política de marca España emprendida por el gobierno Aznar, asociada al apoyo prestado en la crisis de Irak.

Análisis: Sabemos que el deterioro de la imagen de los EEUU a raíz de la crisis de Irak ha sido, y sigue siendo, considerable, lo que ha llevado a algunos analistas a la hipérbole de hablar de una ola de antiamericanismo cuando el problema de la opinión pública, excepto en algunos países musulmanes, hay que achacarlo a la valoración que se hace de la política exterior del gobierno Bush y no a los EEUU. Pero veámoslo ahora del otro lado, con ojos norteamericanos. ¿Qué efecto ha tenido Irak sobre la imagen de los países europeos, entre ellos España, en los EEUU?

Como es sabido, algunos miembros de la administración Bush, particularmente Donald Rumsfeld, se prodigaron en declaraciones referidas a Europa, dirigiendo inectivas más o menos ingeniosas e insultantes contra algunos países europeos que no se alinearon con las tesis de Washington en la crisis de Irak. La descalificación de “vieja” Europa, el bautismo de las “patatas fritas a la francesa” como “patatas Libertad”, la comparación con países como Cuba, etc., fueron algunos de los episodios dialécticos y mediáticos más célebres. Ya en el campo intelectual, la ofensiva era patente en el argumento de Kagan que atribuía las diferencias trasatlánticas a que los países europeos eran paraísos postmodernos y pusilánimes paralizados por una ética de los débiles que se correspondería con su estatus de gigantes económicos pero enanos en el terreno militar.

Datos recientes sobre la opinión pública norteamericana un año después del momento álgido de la crisis de Irak nos permiten evaluar qué efecto ha tenido sobre la imagen de otros países. La cuestión es importante en primer lugar para el debate sobre la deriva trasatlántica. Sigue sin estar claro si es un problema de valores, percepciones o políticas.

* Investigador Principal, Área de Percepción e Imagen Exterior de España, Real Instituto Elcano

Pero más allá de esta cuestión relativa al nuevo orden o desorden internacional, y pasando a los intereses de España, los datos que analizaremos son interesante para la imagen de España y el rendimiento que puede sacarle nuestro país a su posición de aliado de los EEUU en la crisis.

La imagen que se tiene de otros países, en especial los europeos, en los EEUU se analiza a partir de los últimos resultados de una serie temporal del Instituto Gallup.

La imagen de Francia y Alemania

Se trata de una encuesta realizada en los EEUU entre el 9 y el 12 de febrero de 2004 a una muestra de 1.002 con un margen de error de +/-3 y un nivel de confianza del 95%. En ella se pedía al entrevistado que expresase su opinión sobre 22 países en una escala “muy a favor, bastante a favor, bastante en contra, muy en contra”.

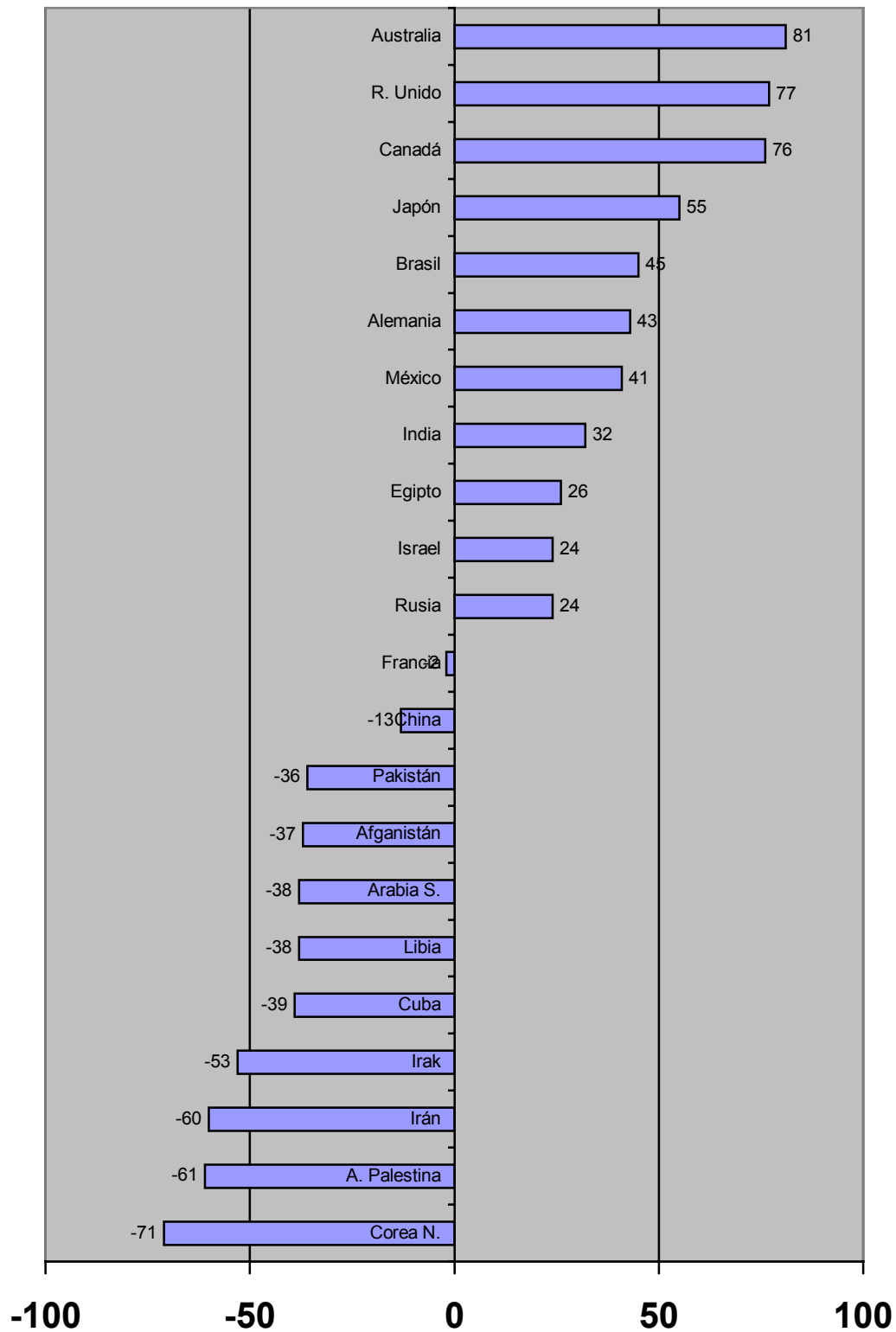
Los mejor valorados son los países anglosajones, el Reino Unido y Australia, aunque también Canadá a pesar de su relativo distanciamiento de los EEUU en la cuestión de Irak. La práctica totalidad de los norteamericanos, un 90%, tienen una opinión positiva.

En comparación, Francia es el país no ya europeo, sino en general occidental, con el peor resultado: el único que no alcanza el umbral del 50% de opinión favorable. Y figura por detrás de un país musulmán como Egipto en la valoración positiva: 47% para Francia, 58% para Egipto. Pero, lo que es más importante, sucede además que el porcentaje de valoración negativa es mayor: 49% para Francia, 32% para Egipto. En consecuencia, el país que cosecha un resultado más parecido al de Francia es ni más ni menos que China.

Por el contrario, Alemania se mantiene entre los cinco mejor valorados (después de Australia, el Reino Unido, Canadá y Japón) con un perfil similar al del país nipón. Dos de cada tres norteamericanos –un 70% aproximadamente– tienen una opinión positiva respecto a ambos países.

Si a los porcentajes de valoración positiva les restamos los de valoración negativa, gráficamente obtendríamos que ahora mismo, a principios de 2004, Francia es el punto de inflexión en la imagen que del exterior tienen los norteamericanos: un país limítrofe entre el “eje del mal” y los “Estados canalla” (Corea del Norte, Irán, Irak, pero también la Autoridad Palestina y Cuba), de un lado, y los países aliados de las “Fuerzas de la Coalición” (el Reino Unido, Australia y Japón, aunque también Canadá), del otro.

Seguramente, el deterioro de imagen sufrido por Francia en los EEUU a raíz de la crisis de Irak sólo es equiparable al de la de los EEUU en el mundo. Algo que no le ha sucedido a Alemania.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta del Instituto Gallup. El índice es el resultado de restar al porcentaje de valoración positiva el de valoración negativa.

La evolución de las imágenes y el “efecto Rumsfeld”

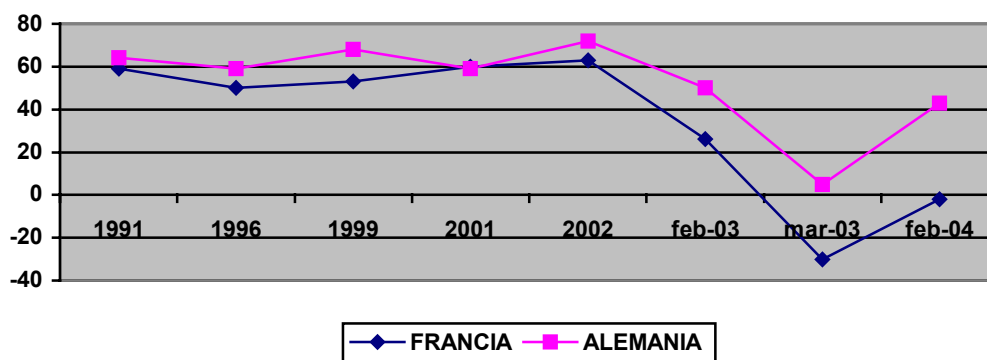
Quizá lo más interesante de los datos de la encuesta Gallup es la evolución comparativa de la imagen de Francia y Alemania.

En los años 90 y en los momentos inmediatamente anteriores a la crisis de Irak, Francia era uno de los países mejor valorados por los norteamericanos. Los porcentajes de valoración positiva rondaban el 75% como media. Uno de los máximos es el 79% registrado por Gallup todavía en febrero de 2002.

Un año después, en febrero de 2003 esta valoración positiva desciende al 59%, al tiempo que la negativa se duplica, pasando del 16% al 33%. Y un mes después, en marzo de 2003, en plena crisis, los porcentajes se invierten: ahora el negativo, del 64%, dobla al positivo, 34%.

Por lo tanto, el momento actual, de paridad de lo positivo y lo negativo, indica una cierta recuperación de la imagen de Francia, aunque muy lejos de alcanzar los niveles de simpatía anterior a la crisis de Irak.

Francia está ahora como Alemania hace un año. Porque en la opinión sobre Alemania lo negativo nunca llegó a superar a lo positivo, ni en el peor momento, en marzo de 2003.



Aunque los resultados de Gallup son más contundentes que los que se habían obtenido anteriormente con otros tipos de medición, vienen a confirmar el mayor desgaste de Francia en comparación con Alemania.

La serie de estudios *Transatlantic Trends* del German Marshall Fund recoge la opinión pública norteamericana sobre una veintena de países en julio de 2002 y 2003. En esta ocasión se pedía al encuestado que valorase a cada una de las naciones en una escala de 0 a 100, en la que el 0 significa un sentimiento negativo y 100 uno positivo.

La puntuación de Francia en 2003 es 45, frente al 55 de 2002. Francia pasa de ser valorada positivamente a serlo negativamente: en otras palabras, del aprobado al suspenso.

La puntuación de Alemania en 2003 es de 56. En 2002 era de 61. Por lo tanto, la valoración de la RFA se mantuvo en mayor medida que la de Francia, y siguió estando aprobada.

Pero, sin duda, lo más interesante para la discusión del hiato transatlántico es que en el estudio del GMF se pregunta también por la Unión Europea en su conjunto. Pues bien, el hecho es que entre 2002 y 2003 la valoración de la UE es constante o incluso mejora. La

puntuación pasa de 53 a 60, es decir, aumenta 7 puntos (recordemos: es la puntuación de una escala, no un porcentaje).

	Julio 2002	Julio 2003
Francia	55	45
Alemania	61	56
UE	53	60

Fuente: German Marshall Fund, *Transatlantic Trends* 2003.

Por lo tanto, igual que en Europa el efecto Irak no se traduce en antiamericanismo generalizado, tampoco en los EEUU cabe hablar de antieuropeísmo generalizado, ni mucho menos estructural, sino, en todo caso, de francofobia coyuntural.

Volviendo a los últimos datos de Gallup, el efecto de la retórica del gobierno Bush en este deterioro de la imagen de Francia, lo que podríamos llamar el "efecto Rumsfeld", es manifiesto si comparamos la opinión que tienen los votantes demócratas y los republicanos. Antes de la crisis de Irak no había diferencia alguna entre los dos grupos de ciudadanos norteamericanos. El porcentaje de republicanos y demócratas con una buena opinión era idéntico: un 80%.

En la actualidad el panorama no puede ser más distinto. Aunque la valoración también es ligeramente peor entre los demócratas, donde realmente se produce el deterioro es entre los republicanos: el rechazo de Francia pasa del 15% al 64%. En consecuencia, mientras los demócratas siguen teniendo una imagen todavía positiva, entre los republicanos ha pasado a ser negativa, y mucho. El valor del índice, resultado de restar a la opinión favorable la desfavorable, es elocuente: 21 entre los primeros, frente a -31 entre los segundos. La opinión pública norteamericana se ha polarizado.

	Febrero 2002			Febrero 2004		
	Positiva	Negativa	Índice	Positiva	Negativa	Índice
Republicanos	81%	15%	66	33%	64%	-31
Demócratas	78%	16%	62	58%	37%	21

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta del Instituto Gallup. El índice es el resultado de restar al porcentaje de valoración positiva el de valoración negativa.

La imagen de España

¿Dónde está España?, se habrá preguntado el lector a estas alturas. Sencillamente, no figura. En la encuesta Gallup se pregunta por una veintena de países, pero no por el nuestro, lo cual ya es un primer indicador del interés que (el *demoscopio* del Instituto Gallup de los EEUU cree que) sigue despertando nuestro país. Y en especial entre clientes de Gallup que demandan esa información y la proyectan o refuerzan en la opinión pública, como la CNN o US Today. Pero quizás lo más sintomático es que España sí llegó a figurar en el mapa mental del ciudadano norteamericano medio. Frente a lo que sucede en el 2004, en el 2003 Gallup incluyó a España en su encuesta, y no sólo una, sino dos veces. A principios de febrero España obtenía un 75% de valoración positiva, y un 9% de negativa; a mediados de marzo, un 72% de valoración positiva, y un 12% de negativa. Si tomamos este último dato, que Gallup recoge coincidiendo con el ultimátum de Bush-Blair-Aznar en las Azores, el nuestro era el segundo país europeo mejor valorado, por detrás sólo del Reino Unido y, por supuesto, a gran distancia de Francia y Alemania que, como acabamos de subrayar, vivían su peor momento de imagen. En el índice resultante de restar a la valoración positiva la negativa, Reino Unido obtiene un +77, España un +60, Alemania un +5 y Francia un -30. En definitiva, España 'asoma la cabeza' en las Azores pero el silencio demoscópico y mediático vuelve a

hacerse sobre nuestro país cuando comienzan a hablar las armas y nuestro protagonismo, fundamentalmente diplomático, vuelve a ser menor.

Es un silencio todavía más elocuente porque, además, no es un sesgo idiosincrático. En general, nuestro país no se ha incluido en ninguno de los últimos grandes estudios realizados en 2003 en los EEUU, y tampoco en el más profundo y extenso del German Marshall Fund, al que hemos aludido y que pregunta también por un total de 18 países. Es la tónica dominante, al menos hasta ahora: así, en las encuestas sobre política exterior del *Chicago Council for Foreign Relations*, que desde hace años son la referencia en estos temas en los EEUU, siempre se ha preguntado por Italia y no por España.

Otras fuentes nos confirman que el problema es que la posición de España no se ha hecho visible, al menos todavía, no ya entre la población general norteamericana, sino en segmentos de los que se podría esperar un mayor conocimiento. Así sucede entre los mismos "hispanos" o "latinos" de los EEUU.

En una encuesta realizada exclusivamente entre la población hispana a finales de 2003 y principios de 2004, el *Pew Hispanic Center* preguntó: "En relación con España, cómo valoraría el papel que ha jugado España como aliado de los EEUU durante la guerra de Irak?"

(En %)	Total latinos	de Nacidos en EEUU	No nacidos en EEUU
Importante	21	18	22
No importante	9	8	9
No lo conozco lo suficiente	69	72	67
NS/NC	2	2	2

Fuente: Pew Hispanic Center.

El porcentaje de latino-norteamericanos que considera que el papel de España ha sido importante como aliado de los EEUU en la guerra de Irak es del 20%. Y no porque no se considere importante, sino porque no se conoce. La escasa notoriedad que sigue alcanzando España en la opinión pública norteamericana es manifiesta, sobre todo si tenemos en cuenta, insisto, que se trata de hispanos.

Aunque, en cualquier caso, hay que tener en cuenta tres factores. Desde luego, el menor peso de nuestra participación militar en comparación con la de los EEUU o el Reino Unido, y en comparación también con nuestro papel diplomático a comienzos de la crisis. Recordemos que en los resultados que acabamos de presentar literalmente se refieren al papel de España durante la guerra. Por otra parte, no debemos olvidar la dificultad de alcanzar cierta notoriedad en la opinión pública norteamericana, sobre todo partiendo de los niveles anteriores de desconocimiento e invisibilidad de España. Y finalmente, la propia postura de los hispanos, quienes, recordemos, están ligeramente menos a favor de la intervención militar en Irak que otros ciudadanos norteamericanos.

Conclusiones: En primer lugar, los datos de opinión pública que acabamos de presentar son interesantes para la cuestión de la deriva trasatlántica. Analistas y políticos siguen enfrascados en el debate de si se trata de una diferencia de grandes valores, de percepciones de amenazas o de acciones concretas.

Las *Encuestas Mundiales de Valores*, entre otras, indican que sólo puede hablarse de diferencia de valores en puntos muy concretos, con lo cual caeríamos en el narcisismo de las pequeñas diferencias si atribuimos los problemas actuales a un choque de culturas

entre Europa y los EEUU, por más que los mismos ciudadanos interpreten así el conflicto.

Otros muchos estudios, desde los del GMF a los Eurobarómetros, apuntan a que europeos y norteamericanos comparten una percepción muy semejante de riesgos y amenazas (terrorismo, armas de destrucción masiva, etc.).

El análisis de la opinión pública europea ya indicaba que la fuente de la división eran las políticas, no los principios o las percepciones. Y el análisis de los datos de imagen de los países concretos en los EEUU parece confirmar este extremo. No hay una "Vieja Europa" como un todo inconsútil. Los norteamericanos disciernen entre países europeos. El impacto de la crisis de Irak es patente sobre todo en el caso de Francia por su mayor visibilidad. Alemania mantiene el tipo.

En definitiva, respecto a la cuestión de la deriva transatlántica, igual que en Europa no cabe hablar de antiamericanismo, tampoco en los EEUU cabe hablar de antieuropeísmo, sino, en todo caso, de una francofobia que seguramente es coyuntural en la medida en que obedece a un efecto del discurso político, lo que hemos denominado el "efecto Rumsfeld".

¿Cuál será la tendencia? Aunque la imagen de Francia ha mejorado entre 2003 y 2004, la crisis de Irak ha hecho mella. Lo indica el hecho de que la recuperación está siendo lenta. De todas maneras, el efecto Rumsfeld, el hecho de que el deterioro de la imagen de Francia sea mucho mayor entre los republicanos que entre los demócratas, también hace pensar en un cambio de clima de opinión si hay una aproximación de posturas con la ONU o se produce la alternancia en el gobierno de los EEUU.

Continuando con las tendencias, pero pasando ahora de la cuestión trasatlántica a los intereses de España en los EEUU, como sabemos, Francia es un competidor para España en los EEUU en el aspecto cultural y comercial. En este contexto de debilidad de Francia podría haber una oportunidad para España. Al menos así lo han interpretado algunos políticos y empresarios españoles.

Sin embargo, al menos de momento, España ha salido menos beneficiada de lo que Francia ha salido perjudicada. El perjuicio para Francia no se traduce en ganancias para España.

En principio, dada la lentitud de la recuperación de Francia, España tiene un amplio recorrido para potenciar su imagen y todavía puede capitalizar su estrategia en los EEUU; sobre todo en el segmento de norteamericanos conservadores, dado el "efecto Rumsfeld", esto es, la polarización de la opinión pública norteamericana sobre Francia. Ahora bien, si este mismo efecto se confirma, quizá el margen de maniobra sea limitado en el tiempo: no más allá de la celebración de las elecciones presidenciales en los EEUU. Por lo tanto, quizá la estrategia de "marca España" emprendida por el gobierno Aznar en los EEUU esté demasiado condicionada por una sola variable, la evolución del escenario político norteamericano, como consecuencia de la fuerte apuesta que se ha hecho con la carta de Irak.

Javier Noya

Investigador Principal, Área de Percepción e Imagen Exterior de España, Real Instituto Elcano